

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 4^ο

4.1 Ενδεικτικά παραδείγματα:

1. Ένα μήνυμα σε άλλη διάλεκτο ή γλώσσα δεν γίνεται κατανοητό από αυτούς που δεν τη γνωρίζουν/δεν τη μιλούν.
2. Τα παράσιτα του ραδιοφώνου δυσχεραίνουν το άκουσμα μιας διαφήμισης από τους υποψήφιους καταναλωτές.
3. Η μη παρακολούθηση των λεγομένων του ομιλητή από τον ακροατή λόγω κούρασης ή κακής ψυχολογικής διάθεσης.
4. Η κακή σύνδεση του τηλεφώνου που δεν μας αφήνει να ακούσουμε τον συνομιλητή μας καθαρά ή χωρίς διακοπές.
5. Οι φωνές και οι φασαρίες μέσα στην τάξη από συμμαθητές μας δεν αφήνουν να ακούσουμε τι λέει ο δάσκαλος.

4.2 Ενδεικτική απάντηση:

Η επικοινωνία πρέπει να είναι καλά προσχεδιασμένη και οργανωμένη, ούτως ώστε η όλη διαδικασία να κυλίσει ομαλά και να φτάσει το μήνυμά μας στον αποδέκτη και να αποκωδικοποιηθεί επιτυχώς. Μια αυθόρμητη επικοινωνία μπορεί να είναι μεν ενθουσιώδης, ή δημιουργική, αλλά μπορεί να μην υπολογίσει διάφορους παράγοντες, όπως:

- α) την καταλληλότητα του περιεχομένου του μηνύματος,
- β) την σωστή κωδικοποίησή του στην κατάλληλη «γλώσσα» με τα κατάλληλα μέσα και «σύμβολα» (πχ. σε μικρά παιδιά όταν διαφημίζουμε παιχνίδια καλό είναι να χρησιμοποιούμε απλές λεξούλες και έντονα χρώματα),
- γ) την επιλογή του πιο πρόσφορου μέσου αποστολής-μετάδοσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, κλπ.),
- δ) την σωστή επιλογή του ατόμου που θα κάνει τη διαφήμιση (ηγέτης γνώμης, διαμορφωτής γνώμης, κλπ.),
- ε) εάν χρειάζονται ή όχι παράλληλες προωθητικές ενέργειες από τη μεριά της επιχείρησης,
- ζ) εάν χρειάζεται μέριμνα Ο.Ε.Μ. και συντονισμός των ενεργειών μας με το τμήμα marketing ώστε να μην ανεβάσουμε αδικαιολόγητα το κόστος, ανεβάζοντας έτσι και την τιμή των προϊόντων μας, κλπ.